

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ  
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Кафедра технологий коммуникации

**ПОПЧЕНКО**

Владислав Владимирович

**PR- и РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ  
КИНОПРОДУКЦИИ НА РЫНКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
кандидат философских наук,  
доцент И. В. Сидорская

Допущена к защите  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
Зав. кафедрой технологий  
коммуникации,  
доцент И .В. Сидорская

Минск 2016

## **РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ**

Дипломная работа содержит: 65 стр., 2 рис., 35 источников, 5 приложений.

**КИНОИНДУСТРИЯ, PR- И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КИНОИНДУСТРИИ, КИНОРЫНОК, ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ КИНОПРОДУКЦИИ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОДВИЖЕНИЯ НА КИНОРЫНКЕ**

Объект исследования – процесс и результат продвижения кинопродукции на рынке Республики Беларусь.

Предмет исследования – PR- и рекламные технологии продвижения кинопродукции.

Цель работы – выявление эффективности использования PR- и рекламных технологий на кинорынке Республики Беларусь по отношению к отечественной и зарубежной кинопродукции, а также выявление существующих проблем кинорынка и предложить способы их решения.

Методы исследования: комплексный подход, анализ и синтез, исторический метод, сравнительный анализ, экспертное интервью, опрос.

Полученные результаты и их новизна: очерчены проблемы продвижения картин белорусского производства на отечественном и зарубежных кинорынках; исследованы основные PR- и рекламные технологии продвижения кинопродукции; проведен сравнительный анализ применяемых PR- и рекламных технологий продвижения кинопродукции в нашей стране и за рубежом; проведен анализ показателей зрительского внимания и бокс-офиса как основных критериев эффективности продвижения кинокартины.

Новизна работы заключается в анализе белорусского кинорынка с точки зрения применяемых PR- и рекламных технологий продвижения как по отношению к отечественной, так и к зарубежной кинопродукции. Предложен ряд возможных путей решения очерченных проблем, выявленных на белорусском кинорынке.

Результаты дипломного исследования имеют практическую значимость. Они могут быть использованы в работе PR и рекламных специалистов в области кино, создателями кинопродукции, а также преподавателями, аспирантами, магистрантами и студентами, изучающими связи с общественностью, рекламные коммуникации, связанные с киноиндустрией.

Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы, а также самостоятельность её выполнения.

Попченко В.В.

---

## РЕФЕРАТЫ ДЫПЛОМНОЙ ПРАЦЫ

Дыпломная праца змяшчае: 65 стар., 2 мал., 35 крыніц, 5 прыкладанняў.

КІНАІНДУСТРЫЯ, PR- І РЕКЛАМНЫЕ ТЭХНАЛОГІІ У КІНАІНДУСТРЫІ, КІНАРЫНАК, ТЭХНАЛОГІІ ПРАДВІЖЭННЯ КІНАПРАДУКЦЫІ, ЭФЕКТЫЎНАЕ ПРАДВІЖЭННЕ НА КІНАРЫНКУ.

Аб'ект даследавання - працэс і вынік прадвіжэння кінапрадукцыі на рынку Рэспублікі Беларусь.

Прадмет даследавання - PR- і рэкламныя тэхналогіі прадвіжэння кінапрадукцыі.

Мэта працы - выяўленне эфектыўнасці выкарыстання PR- і рэкламных тэхналогій на кінарынку Рэспублікі Беларусь у адносінах да айчынай і замежнай кінапрадукцыі, а таксама выяўленне існуючых праблем кінарынку і прапанаваць спосабы іх вырашэння.

Метады даследавання: комплексны падыход, аналіз і сінтэз, гістарычны метад, параўнальны аналіз, экспертнае інтэрв'ю, апытанне.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: акрэслены праблемы прадвіжэння карцін беларускай вытворчасці на айчыным і замежных кінарынках; даследаваны асноўныя PR- і рэкламныя тэхналогіі прадвіжэння кінапрадукцыі; праведзены параўнальны аналіз PR- і рэкламных тэхналогій, якія выкарыстоўваюцца ў прадвіжэнні кінапрадукцыі ў нашай краіне і за мяжой; праведзены аналіз паказчыкаў глядацкай увагі і бокс-офіса як асноўных крытэрыяў эфектыўнасці прадвіжэння кінакарціны.

Навізна працы складаецца ў аналізе беларускага кінарынку з пункту гледжання PR- і рэкламных тэхналогій, якія выкарыстоўваюцца ў прадвіжэнні кінапрадукцыі ў нашай краіне і за мяжой. Прапанаваны шэраг магчымых шляхоў вырашэння акрэсленых праблем, якія выяўлены на беларускім кінарынку.

Вынікі дыпломнага даследавання маюць практычную значнасць. Яны могуць быць выкарыстаны ў працы PR і рэкламных спецыялістаў у галіне кіно, стваральнікамі кінапрадукцыі, а таксама выкладчыкамі, аспірантамі, магістрантамі і студэнтамі, якія вывучаюць сувязі з грамадскасцю, рэкламныя камунікацыі, звязаныя з кінаіндустрыяй.

Аўтар працы пацвярджае пэўнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

Попчанка У.У.

---

## **SUMMARY OF THE DIPLOMA THESIS**

Thesis contains: 65 p., 2 fig., 35 sources, 5 applications.

**FILM INDUSTRY, PR- AND ADVERTISING TECHNOLOGIES IN THE FILM INDUSTRY, FILM MARKET, TECHNOLOGY ADVANCEMENT FILM, EFFICIENCY PROMOTION IN THE FILM MARKET**

The object of the research is the process and the result of promoting film production in the market of the republic of Belarus.

The subject of the research - PR- and advertising technology promotion film production.

The aim of the research is to identify efficiency PR- and advertising technologies on the film market of the republic of Belarus in relation to the domestic and foreign film production, as well as identifying the existing problems of the film market and offer their solutions.

The methods used are as follows: integrated approach, analysis and synthesis, the historical method, comparative analysis, survey, expert interview.

The results obtained and their novelty: the problems outlined paintings promote belarusian production in the domestic and foreign film markets; the basic PR- and advertising film production technology promotion; a comparative analysis applied PR- and advertising technologies promote film production in our country and abroad; an analysis of indicators of audience attention and box office as the main criteria of efficiency of promotion of the film.

The novelty of the work lies in the analysis of the belarusian film market in terms of applied pr- and advertising technology advancement with respect to both domestic and to the foreign film production. A number of possible solutions outlined the problems identified in the belarusian film market.

The results of graduate studies have practical significance. They can be used in the work of PR and advertising professionals in the cinema, the creators of film production, as well as teachers, graduate students, undergraduates and students of public relations, advertising communications related to the film industry.

Author confirms the authenticity of materials and results of the thesis and the originality of the research.